



**PRODUKSI *MERCHANDISE KIT* BERBASIS IDENTITAS LOKAL
SEBAGAI *BRAND IDENTITY* KAMPUNG INGGRIS
LANGUAGE CENTER SEMARANG**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelara Sarjana Terapan Program Studi S.Tr. Informasi dan Humas
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro Semarang

Oleh :

Aulia Zahra Ekaputri

40020622650107

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN (S.Tr)
INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa Tugas akhir ini disusun tanpa mengambil bahan hasil penelitian baik untuk memperoleh suatu gelar sarjana atau diploma yang sudah ada di universitas maupun hasil karya ilmiah lainnya. Penulis juga menyatakan bahwa tugas akhir ini tidak mengambil bahan dari publikasi atau tulisan orang lain kecuali yang sudah disebutkan dalam rujukan dan dalam Daftar Pustaka. Penulis bersedia menerima sanksi jika terbukti melakukan plagiarisi/penjiplakan.

Nama : Aulia Zahra Ekaputri

NIM : 40020622650107

Tanda Tangan : 

Hari/Tanggal : Selasa, 30 Juni 2026

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

PRODUKSI *MERCHANDISE KIT* BERBASIS IDENTITAS LOKAL SEBAGAI *BRAND IDENTITY* KAMPUNG INGGRIS *LANGUAGE* CENTER SEMARANG

Oleh

Aulia Zahra Ekaputri

NIM. 40020622650107

Semarang, 30 Juni 2026

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing



Priskila Primaningrum Demmasapo, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIP. 199403202024062002

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Aulia, Zahra Ekaputri
NIM : 40020622650107
Program Studi : S.Tr. Informasi dan Humas
Judul Tugas Akhir : Produksi *Merchandise Kit* Berbasis Identitas Lokal
sebagai *Brand Identity* Kampung Inggris
Language Center Semarang

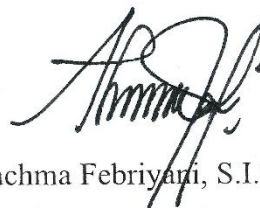
Telah dinyatakan berhasil di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan oleh memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr.) pada Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

TIM PENGUJI

Pembimbing : Priskila Primaningrum Demmasapo, ()
S.I.Kom., M.I.Kom.
Penguji I : Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom. ()
Penguji II : Yofiendi Indah Indainanto, S.I.Kom., M.I.Kom. ()

Semarang, 20 Juli 2026

Ketua Program Studi



Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIP. 199202122020122022

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga tugas akhir berjudul " Produksi *Merchandise Kit* Berbasis Identitas Lokal Sebagai *Brand Identity* Kampung Inggris *Language Center* Semarang" dapat diselesaikan dengan baik.

Tugas akhir ini bertujuan untuk merepresentasikan identitas lokal Kota Semarang bagi Lembaga kursus Kampung Inggris *Language Center* Semarang dalam bentuk *merchandise kit*. Selain sebagai kontribusi nyata bagi lembaga, karya ini juga disusun sebagai syarat kelulusan pada Program Studi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro

Tugas akhir ini terdiri atas lima bab, yang mencakup pendahuluan, tinjauan pustaka, metode pengkayaan, hasil dan pembahasan, serta penutup. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun. Semoga karya ini bermanfaat bagi pihak pihak yang berkepentingan, khususnya dalam mendukung produksi *merchandise kit* bagi Kampung Inggris *Language Center* Semarang.

Semarang, 30 Juni 2026

Aulia Zahra Ekaputri

ABSTRAK

Kampung Inggris *Language Center* (KILC) Semarang merupakan lembaga kursus bahasa Inggris yang menyediakan berbagai program pembelajaran bagi masyarakat. *Merchandise kit* yang digunakan sebagai media promosi masih mengacu pada identitas visual KILC pusat di Pare, sehingga karakter khas Kota Semarang belum terlihat secara optimal. Tugas akhir ini bertujuan untuk memproduksi *merchandise kit* berbasis identitas lokal sebagai *brand identity* KILC Semarang yang bertujuan untuk memperkuat pengenalan lembaga dan merepresentasikan identitas lokal Kota Semarang. Tahap yang dilaksanakan meliputi pra produksi, produksi dan pasca produksi. Hasil kuesioner pra-proyek, menunjukkan 50,5% responden menyatakan *merchandise* KILC Semarang tidak menunjukkan identitas lokal dan 33,7% responden menyatakan kurang menunjukkan identitas lokal Kota Semarang.

Luaran yang dihasilkan berupa tote bag kanvas, bolpoin, tiga desain pin sesuai program unggulan pembelajaran, dan leaflet sebagai penyebaran informasi. Penerapan identitas lokal pada *merchandise kit* diterapkan tanpa menghilangkan identitas utama KILC. Hasil post-survei menunjukkan sebanyak 93% responden menyatakan bahwa *merchandise kit* mampu merepresentasikan identitas lokal dan dapat digunakan sebagai media promosi yang mendukung penguatan *brand identity* serta meningkatkan *brand recognition* KILC Semarang sebagai lembaga kursus bahasa Inggris yang memiliki karakter khas Kota Semarang.

Kata kunci: *brand identity*, identitas lokal, KILC Semarang, *merchandise kit*, *brand recognition*.

ABSTRACT

Kampung Inggris Language Center (KILC) Semarang is an English language course institution that offers various learning programs for the community. The merchandise kit used as a promotional medium still refers to the visual identity of KILC's headquarters in Pare, thus the distinctive character of Semarang City is not optimally visible. This final project aims to produce a merchandise kit based on local identity as the brand identity of KILC Semarang, aimed at strengthening the institution's recognition and representing the city's local identity. The stages implemented include pre-production, production, and post-production. Results of the pre-project questionnaire showed that 50.5% of respondents stated that KILC Semarang's merchandise did not reflect local identity, and 33.7% of respondents stated that it did not reflect the city's local identity.

The resulting outputs included canvas tote bags, ballpoint pens, three pin designs corresponding to the flagship learning programs, and leaflets for information dissemination. The application of local identity to the merchandise kit was implemented without diminishing KILC's core identity. The post-survei results showed that 93% of respondents stated that the merchandise kit was able to represent local identity and could be used as a promotional medium to strengthen brand identity and increase recognition of KILC Semarang as an English language course institution with the distinctive character of Semarang City.

Keyword: brand identity, local identity, KILC Semarang, merchandise kit, brand recognition.

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Apapun yang menjadi takdirmu, akan mencari jalannya menemukanmu.”

– Ali bin Abi Thalib

PERSEMBAHAN:

Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua yang senantiasa hadir melalui doa, dukungan, dan semangat dalam setiap langkah yang dijalani. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada para dosen di Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas Universitas Diponegoro, atas bimbingan atas ilmu yang telah diberikan selama menempuh pendidikan. Tak lupa, apresiasi ditujukan kepada rekan-rekan seperjuangan serta orang-orang terdekat yang telah memberikan dukungan dan semangat selama proses penyusunan karya ini. Penghargaan khusus juga penulis sampaikan kepada Kampung Inggris *Language Center* Semarang atas kesempatan, bimbingan, dan kerja sama yang telah menjadi bagian penting dalam proses pengembangan Tugas Akhir ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan syukur yang mendalam kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul "*Produksi Merchandise Kit Berbasis Identitas Lokal Sebagai Brand Identity* Kampung Inggris *Language Center* Semarang" dengan lancar dan dapat terselesaikan dengan usaha yang maksimal.

Penulis juga menyadari bahwa pencapaian ini tidak mungkin terwujud tanpa adanya dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak selama proses penyusunan tugas akhir ini. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dan arahan yang berharga selama perjalanan ini, terutama kepada:

1. Kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan keberkahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan penuh rasa syukur.
2. Kedua orang tua penulis, Umi dan Bapak, yang senantiasa hadir melalui doa, dukungan, dan semangat dalam setiap langkah dan proses yang dilalui. Pengorbanan dan kasih sayang yang telah diberikan menjadi motivasi terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan bagian terakhir dalam perkuliahan. Semoga pencapaian kecil ini dapat menjadi awal untuk membalas semua kebaikan dan pengorbanan yang telah Umi dan Bapak berikan selama ini. Terima kasih karena telah menjadi rumah, tempat kembali, dan alasan terbesar penulis untuk terus berjuang.
3. Kepada diri sendiri, terima kasih karena telah bertahan melewati hari-hari yang tidak mudah. Tidak sedikit malam diisi dengan air mata dan keraguan, tetapi langkah kecil yang terus diusahakan akhirnya mampu membawa penulis sampai pada titik ini. Segala tantangan serta hambatan yang dihadapi akan menjadi bagian dari proses pembelajaran berharga yang akan selalu diingat sebagai bagian dari perjalanan akademik.
4. Priskila Primaningrum Demmasapo, S.I.Kom., M.I.Kom. yang telah memberikan arahan, bimbingan, motivasi, serta berbagai masukan yang membangun selama proses penyusunan Tugas Akhir.

5. Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom. dan Yofiendi Indah Indainanto, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku dosen penguji yang telah memberikan berbagai penilaian baik evaluasi maupun saran yang bersifat membangun dan bermakna, sehingga Tugas Akhir ini dapat diperbaiki dan disempurnakan dengan lebih baik.
6. Seluruh dosen Informasi dan Humas yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, dan berbagai pembelajaran selama penulis menempuh Pendidikan. Setiap materi yang diberikan akan menjadi bekal yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
7. Kampung Inggris *Language Center* Semarang, selaku *klien* yang telah memberikan kesempatan serta kerja sama yang sangat berarti bagi penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir ini. Penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan yang senantiasa diberikan serta respons positif yang turut mendorong upaya pengembangan lembaga menjadi lebih baik.
8. Resti Arahmi, Desfi Nurrachma dan Widya Ulfah sebagai teman satu kelas penulis yang tidak disangka dapat bersama sejak semester satu hingga semester enam. Terima kasih telah menemani perjalanan penulis dengan segala kenangan dan cerita yang panjang ini hingga menjadi bagian akhir yang tidak akan pernah terlupakan. Terima kasih karena selalu hadir dalam berbagai situasi, baik suka maupun duka, selalu memberikan dukungan dan menjadi pendengar yang baik.
9. Teman-teman seperjuangan dalam penyusunan Tugas Akhir, Maylinda Zahrotul, Safa Laily, Anggun Septiana, dan Angel Silviani yang saling membantu, bertukar pikiran, serta memberikan semangat satu sama lain. Terima kasih karena telah berjuang bersama, dan hadir dalam setiap proses penulis hingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
10. Sherlyta Putri, Dhivo Fahreza dan Laili Tsuraya, serta teman-teman Informasi dan Humas Angkatan 2022 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas kebersamaan dan berbagai pengalaman yang telah dilalui, khususnya pada saat kegiatan Kuliah Kerja Lapangan yang menjadi bagian paling berharga dan akan selalu dikenang di kemudian hari.

11. Laptop Asus Vivobook 14 milik penulis yang telah bertahan selama kurang lebih enam tahun sejak penulis masih duduk di bangku Sekolah Menengah Atas. Walaupun pada awal perkuliahan sempat terjatuh sangat parah hingga LCD rusak dan beberapa kali mengalami lemot, tapi ucapan terima kasih penulis berikan karena telah menemani hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan.....	11
1.4 Manfaat.....	12
1.4.1 Bagi Penulis	12
1.4.2 Bagi Kampung Inggris <i>Language Center</i> Semarang	12
1.4.3 Bagi Program Studi.....	12
1.4.4 Bagi Masyarakat	12
1.5 Luaran.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Karya Terdahulu	14
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 <i>Public Relations</i>	15
2.2.2 <i>Merchandise</i>	17
2.2.3 Merchandise Kit.....	19
2.2.4 Media Public Relations	20
2.2.5 Brand Awareness	21
2.2.6 Brand Identity	22
2.2.5 Identitas Lokal	25

BAB III METODE	26
3.1 Klien Karya	26
3.2 Profil Klien	26
3.3 Pra-Produksi	28
a) Observasi	29
b) Wawancara	29
3.4 Pelaksanaan Produksi	30
3.4.1 Jenis Karya	30
3.4.2 Segmentasi Audiens	30
3.4.3 Konsep Karya	31
3.4.4 Desain <i>Merchandise</i>	31
3.4.5 Tata cara pembuatan	34
3.5 Pasca Produksi	38
3.5.1 Proses Pengujian	38
3.5.2 Indikator Keberhasilan Karya	38
3.5.3 Keberlanjutan Karya	39
3.6 Timeline Pelaksanaan	40
3.7 Rancangan Anggaran Biaya	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Umum Permasalahan	42
4.2 Praproduksi	43
4.2.1 Penentuan Konsep	43
4.2.2 Perencanaan	43
4.3 Produksi	44
4.3.1 Hasil Rancangan Desain Tote bag	48
4.3.2 Hasil Rancangan Desain Pin	50
4.3.2.1 Desain Pin Program <i>Intensive English</i>	50
4.3.2.2 Desain Pin Program <i>Integrated Speaking</i>	52
4.3.3.3 Desain Pin Program <i>TOEFL Preparation</i>	52
4.3.3 Hasil Rancangan Desain Bolpoin	54
4.3.4 Hasil Rancangan Desain Leaflet	55
4.4 Pascaproduksi	57
4.5 Tinjauan Klien dan Target Audiens	60
4.6 Hasil Evaluasi	64

4.6.1 Evaluasi Berdasarkan Indikator Keberhasilan	64
4.6.2 Evaluasi Berdasarkan Post-Survei	64
4.8 Hambatan dan Solusi.....	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Peserta KILC Semarang Bulan Januari - Februari 2026.....	3
Gambar 1.2 Buku Kursus Kampung Inggris KING	3
Gambar 1.3 <i>Merchandise kit</i> KILC Semarang.....	4
Gambar 1.4 Diagram status responden	6
Gambar 1.5 Diagram pertanyaan identitas lokal <i>merchandise</i> KILC	7
Gambar 1.6 Diagram pertanyaan bagian kurang menonjol <i>merchandise</i> KILC	8
Gambar 1.7 Diagram seberapa penting unsur lokal ditampilkan	9
Gambar 1.8 Diagram unsur lokal yang cocok ditampilkan.....	10
Gambar 1.9 Diagram persentase jenis <i>merchandise kit</i>	10
Gambar 2.1 Piramida Kesadaran Merek	21
Gambar 3.1 Program <i>Integrated Speaking Class</i> KILC Semarang.....	28
Gambar 3.2 Rancangan Desain <i>Merchandise</i>	32
Gambar 3.3 Gambar Logo KILC	32
Gambar 3.4 Palet Warna Utama	32
Gambar 3.5 Font <i>Yeseva One</i>	33
Gambar 3.6 Font <i>Cinzel</i>	33
Gambar 3.7 Font <i>Roca Two</i>	33
Gambar 3.8 Font <i>Helvetica Now</i>	33
Gambar 3.9 Hasil Desain Tote bag	34
Gambar 3.10 Pin Intensive English.....	34
Gambar 3.11 Hasil Desain <i>Integrated Speaking</i>	35
Gambar 3.12 Hasil Desain TOEFL <i>Preparation</i>	35
Gambar 3.13 Hasil Desain Bolpoin	35
Gambar 3.14 Hasil Desain Leaflet Panel Depan.....	36
Gambar 3.15 Hasil Desain Leaflet Panel Belakang	36
Gambar 3.16 Mockup Tote bag	36
Gambar 3.17 Mockup Pin Intensive English	36
Gambar 3.18 Mockup Pin <i>Integrated Speaking</i>	37
Gambar 3.19 Mockup Pin TOEFL <i>Preparation</i>	37
Gambar 3.20 Mockup Bolpoin.....	37
Gambar 3.21 Mockup Leaflet	38
Gambar 4.1 Kanvas Kerja pada Canva	45

Gambar 4.2 Proses Akurasi Elemen	46
Gambar 4.3 Komposisi Elemen pada Desain.....	46
Gambar 4.4 Pengaturan font pada desain.....	47
Gambar 4.5 Implementasi desain pada Canva	47
Gambar 4.6 Pembuatan Desain <i>Tote bag</i>	48
Gambar 4.9 Desain Awal Pin Intensive English.....	51
Gambar 4.10 Desain Akhir Pin Intensive English	51
Gambar 4.11 Hasil Desain Pin Program <i>Integrated Speaking</i>	52
Gambar 4.12 Desain Awal Pin TOEFL Preparation.....	53
Gambar 4.13 Desain Awal Pin TOEFL Preparation.....	53
Gambar 4.14 Desain Awal Bolpoin	54
Gambar 4.14 Desain Akhir Bolpoin	54
Gambar 4.16 Hasil Desain Leaflet Panel Depan.....	55
Gambar 4.17 Hasil Desain Leaflet Panel Belakang	55
Gambar 4.18 Distribusi Program Intensive English	58
Gambar 4.19 Dokumentasi Program Intensive English.....	58
Gambar 4.20 <i>Challenge</i> Program TOEFL <i>Preparation</i>	59
Gambar 4.21 Distribusi Program <i>Integrated Speaking</i>	60
Gambar 4.22 Hasil kuesioner responden dapat mengenali KILC Semarang setelah melihat <i>merchandise kit</i>	65
Gambar 4.23 Hasil kuesioner responden dapat lebih mudah mengingat KILC Semarang.....	66
Gambar 4.24 Hasil kuesioner <i>merchandise kit</i> KILC Semarang dapat merepresentasikan identitas lokal Kota Semarang.....	67
Gambar 4.25 Hasil kuesioner <i>merchandise kit</i> KILC Semarang dapat merepresentasikan identitas lokal Kota Semarang.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Indikator dan Ketercapaian	39
Tabel 3.2 Timeline Pelaksanaan	40
Tabel 3.3 Rancangan Anggaran Biaya.....	41
Tabel 4.1 Penyesuaian Rencana Anggaran Biaya.....	44
Tabel 4.2 Perbandingan Hasil Desain Tote bag	49
Tabel 4.4 Perbandingan Hasil Desain Pin <i>Intensive English</i>	51
Tabel 4.4 Perbandingan Hasil Desain Pin <i>TOEFL Preparation</i>	53
Tabel 4.5 Perbandingan Hasil Desain Bolpoin	54
Tabel 4.6 Penerapan Konsep <i>Merchandise Kit</i>	54

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Izin Penelitian	76
2. Berita Acara Serah Terima.....	77
3. Hak Kekayaan Intelektual.....	82
4. Hasil Cek Turnitin.....	83